AGOSTO - SEPTIEMBRE 2015

iT ahora

MOVILIDAD

Tendencias de Dinero móvil

Pagos móviles

El rol estratégico del CIO



Alonso **Albán**

Gerente de Tecnología y Vicepresidente de Negocios Digitales **Telefónica**







3000 ejemplares

DINERO ELECTRÓNICO • BILLETERA MÓVIL • PAGOS MÓVILES • APLICACIONES

Cautive su mercado

con experiencias más naturales e intuitivas

Diseñamos soluciones inspiradas en las necesidades de nuestros clientes. Utilizamos las últimas tendencias tecnológicas para transformar las experiencias de servicio comunes en eventos inolvidables.

Soluciones Creativas


Descubra las preferencias de sus clientes en tiempo real.


Mejore la experiencia entre usuarios, marcas y productos.


Evalúe el impacto y la efectividad de sus campañas publicitarias.


Extienda el valor de sus proyectos y estrategias.

Marketing | Publicidad | Ventas


Eduque a su mercado de forma interactiva


Aumente la exposición de su marca con campañas cautivadoras


Establezca vínculos con su audiencia de forma entretenida


Simplifique los procesos de compra


Enriquezca sus catálogos de productos


Ayude a su cliente a visualizar su producto en diversos ambientes


Extienda su POS con kioskos interactivos



¿Cómo lo hacemos?

Su producto, marca y proyectos se promocionan gracias a una experiencia interactiva, envolvente y sensorial. **Tours Virtuales, videojuegos multiplataforma, simuladores, realidad aumentada, interacción natural, procesamiento de imágenes y mucho más.**

KrugerReef
Really Engaging Experience Factory



Soluciones Industriales



Simplifique flujos de trabajo, optimice sus procesos.



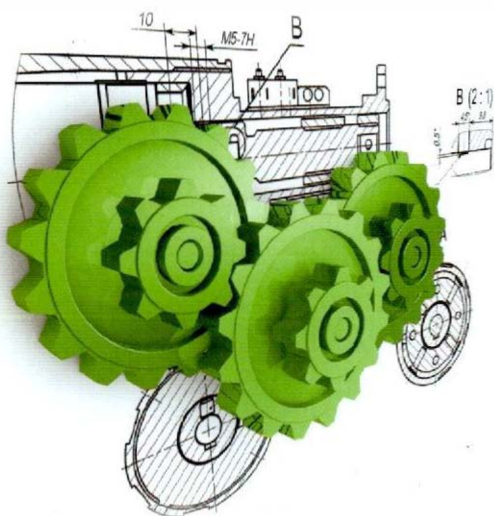
Prototipos, diseños virtuales.



Integraciones industriales.



Soporte al cliente.



Ejemplos de uso y aplicaciones



Mantenimiento y servicio

Virtualización detallada de situaciones y objetos reales.



Entrenamiento y educación del personal

Educación perfeccionada por medio de simuladores profesionales.



Prototipos

Representación efectiva de características. Reducción en costos de producción de maquetas físicas.



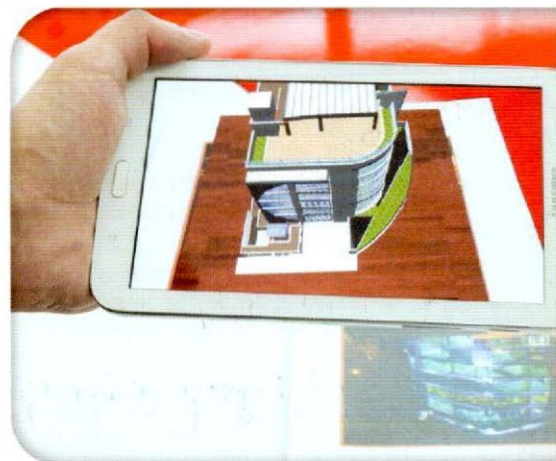
Diseño

Evaluación de alternativas de diseño industrial. Interacción digital sobre objetos comunes. Armonía entre apariencia y funcionalidad.



Soporte al cliente

Ayuda adaptativa estructurada por áreas de interés. Manuales intuitivos e interactivos.



Contáctanos en: **www.kruger.com.ec**
Email: info@kruger.com.ec | PBX: (593) 383 0050



iT ahora

Directora
Janeth Martinez
janeth.martinez@itahora.com

Editora
Anavela Herrera
anavela.herrera@itahora.com

Redacción
Karen González
redacción1@itahora.com

Diseño y Diagramación
Cristina Orellana
crisoreog@gmail.com

Fotografía
Innovacom
Portada: Xavier Jácome

Colaboraciones
Juan Palacios

Marketing y Comercialización
Fernando Carvajal

Corrección de estilo
Innovacom

Contadora
Elizabeth Erazo

Una Producción de
Innovacom

Dirección
Av. de la Prensa 49 - 98 y Curaray .

Teléfono
(593) 2 2247 910

La tecnología digital rompe esquemas

Esta edición nos abre las puertas a las nuevas tendencias de movilidad. En esta ocasión nos enfocamos en las innovaciones móviles financieras y vemos como la tecnología rompe sólidos esquemas y nos induce a transformar los antiguos modelos de transacciones e ir hacia nuevos modelos como el dinero electrónico, pagos móviles, comercio electrónico, billetera móvil y el desarrollo de aplicaciones móviles.
La nueva tendencia mundial no podía ser indiferente para Ecuador y para los organismos reguladores de gobierno, operadores móviles, desarrolladores de software, empresas de retail, instituciones financieras, y nuevos actores. Cada uno de ellos forma parte de este ecosistema en el que según sus líneas de acción provocan una adopción de tendencias en el país.
Sólo resta crear un marco jurídico que garantice crear confianza y respaldo para su evolución, de manera que se convierta en una verdadera plataforma de inclusión financiera.
En sintonía con este tema conoceremos el perfil de Alonso Albán, Gerente de Tecnología y Vicepresidente de Negocios Digitales de Telefónica, un ejecutivo que combina sus fortalezas de técnico con sus habilidades comerciales y de negocio, en un reto importante en su carrera profesional en la que su trabajo y lo digital son su pasión.
Para concluir invitamos a todos a leer esta edición con información que nos hará pensar que nos depara el futuro digital.

Anavela Herrera

Janeth Martínez

Comentarios o sugerencias escríbanos a redaccion1@itahora.com

IT Ahora es una revista ecuatoriana que en cumplimiento con los requisitos promulgados por la nueva Ley de Comunicación vigente en la República del Ecuador, pone en conocimiento público a través de la revista y nuestra pagina web www.itahora.com nuestra políticas editoriales e informativas como visión y misión. Somos una revista apta para todo público que se distribuye a nivel nacional.

IDENTIFICA NUESTROS CONTENIDOS BAJO ESTA ICONOGRAFÍA:
I Informativo
O Opinión
P Publicitario
F Formativo / Educativo
E Entretenimiento
D Deportivo

SUMARIO



46

"Me encanta el futuro y todo todo lo que es posible"

HITOS PERSONALES

Estudió en Estados Unidos su carrera de tercer nivel.

Ingeniero electrónico.

Especialización Ciencias de la Computación

MBA en la Universidad Sn Francisco de Quito



1987/90s

Su primer trabajo en el país fue como jefe de Ingeniería de Sistemas en el Banco Central

1990/93s

Gerente de Desarrollo Tecnológico en Xerox



Alonso Albán
Gerente de Tecnología y Vicepresidente de Negocios Digitales de Telefónica.

Alonso Albán cumple un doble rol dentro de Telefónica: es el gerente de Tecnología de la Información y Vicepresidente de Negocios Digitales. Sus funciones técnicas y comerciales las ha sabido combinar de manera dinámica gracias a su formación profesional y su pasión por entender y conocer cómo funcionan las cosas.

Albán estudió en el colegio Americano de Quito y fue un buen estudiante. Su mejor desempeño fue en las materias técnicas como Física y Matemáticas. Recuerda que desde pequeño se sentía atraído por conocer cómo estaban construidos sus juguetes, así que cuando su padre le obsequiaba uno, rápidamente lo desarmaba y utilizaba las partes y piezas para armar otros objetos.

Ahora, como él mismo lo dice, tiene la suerte de trabajar en su hobby y lo hace en una compañía cuyo corazón del negocio está altamente relacionado con la tecnología.

"Debemos ser capaces de comunicar adecuadamente el potencial de la tecnología, asumir un rol protagónico de liderazgo y transformar a las empresas en ser más digitales"

Trabaja en Telefónica desde hace 16 años y ha recorrido por distintos cargos tanto en el área técnica, comercial y de Marketing. A sus 52 años con solvencia, asume distintas funciones técnicas o comerciales. La experiencia le ha enseñado que el gran reto de los profesionales de TI es asumir un rol protagónico en la gestión de la empresa.

Estudió Electrónica y Ciencias de la Computación en la Universidad de Utah en Estados Unidos, un país donde las carreras técnicas dan mucho énfasis en la práctica y el emprendimiento; ya en Ecuador cursó un MBA con el propósito de que los conocimientos técnicos con los que ya contaba sean parte de la estrategia de la gestión del negocio.

Antes de incursionar en el sector de telecomunicaciones, Alonso Albán estuvo seis años en la industria petrolera, de la que aprendió a cuidar que todo funcione a la perfección pues en esa industria, además de la productividad, lo más importante es la vida de las personas. "Allí había que hacer un trabajo profundo para entender qué se debe hacer para



1993/99s

Laboró en Oxy.
Ingresó a Telefónica cuando aún era BellSouth.



La experiencia le ha enseñado que el gran reto de los profesionales de TI es asumir un rol protagónico en la gestión de la empresa.



que todos los servicios que se provea a los usuarios funcionen de la mejor manera", comenta.

La conversación de Alonso Albán es pausada, estructurada y lineal, sin embargo, cuando habla de las tecnologías digitales de comunicación su tono de voz se vuelve más cálido y efusivo. Es un apasionado de lo digital y se emociona cuando comenta que se debe invertir para transformar las empresas de forma inteligente a través de la conexión de dispositivos; y de la necesidad de innovar para entregar nuevos productos para mejorar la productividad de empresas y de las personas.

Uno de las satisfacciones que ha tenido como vicepresidente del Negocio Digital de Telefónica es el desarrollo del área y un incremento de ingresos del 50% durante el primer año de gestión. Reconoce como un buen líder que el logro alcanzado se debe al gran equipo humano del que es parte.

Está convencido de que la gestión de TI así como el desarrollo del negocio digital permiten entregar servicios confiables y cumplir la promesa de Telefónica de llevar lo mejor de la tecnología a los 5 millones de clientes. "Debemos ser capaces de comunicar adecuadamente el potencial de la tecnología, asumir un rol protagónico de liderazgo y transformar a las empresas en ser más digitales"

La familia es otro ingrediente importante en el día a día de Alonso Albán quien disfruta ver crecer a sus hijos. Su tiempo libre lo distribuye en actividades de voluntariado. Participa en una organización que imparte cursos de Biblia en todo el mundo y es aficionado a los paseos en moto. Comenta que en la Biblia uno puede encontrar tantos principios de negocio e interacción y relacionamiento.

Disfruta salir a rutas de paisajes y caminos agrestes y -como él menciona- le gusta refundirse solo en las montañas o la selva, aunque en esos casos, sí va acompañado de un teléfono satelital.

Desde su formación profesional, liderazgo y conocimiento de las múltiples opciones de productos en el desarrollo del negocio digital, le agradan las películas de ciencia ficción: "me encanta el futuro y todo lo que es posible y yo creo que eso es lo que hacemos en TI: ayudamos a construir ese futuro".

La aspiración inmediata del CIO de Telefónica es que la nueva línea de soluciones digitales del negocio digital de Telefónica alcance un porcentaje importante de los ingresos generales de la compañía y que sea conocida como un proveedor de soluciones digitales.

Kruger recibió galardón



Kruger fue galardonado con el premio Latinatec en la categoría emprendimiento informático durante el Foro de Empresarios y Líderes en Tecnologías de la Información (FELTI).

Kruger la empresa de Proyectos de Innovación basados en Tecnología de Información e Ingeniería, creó el primer laboratorio privado de emprendimiento tecnológico de Ecuador-Krugerlabs.

El galardón que realza la figura de los que permiten el desarrollo ininterrumpido de la industria de las TI en Latinoamérica.

Este reconocimiento se realizó durante el Felti - Foro de Empresarios y Líderes en Tecnologías de la Información - un evento anual diseñado para favorecer el establecimiento de relaciones comerciales y cooperación en el sector TI de Latinoamérica.

Nutanix presenta tecnología de hiperconvergencia



Adexus Ecuador a través de Nutanix, empresa de virtualización y almacenamiento, presentaron soluciones de hiperconvergencia enfocados al centro de datos para el segmento corporativo. Sergio Martín, director Regional para Nutanix en Venezuela, Colombia, Ecuador y Centro América afirmó que la compañía fue pionera en la creación de este nuevo segmento de industria, que básicamente está orientado a ayudar a las soluciones vinculadas hacia software. El concepto de hiperconvergencia hace referencia a la capacidad de tener físicamente una concentración del procesamiento y el almacenamiento de datos dentro del mismo equipo y combinadas con tecnologías tradicionales.

Según Martín una de las ventajas de este sistema es la capacidad de coexistir con otras tecnologías y potenciar proyectos específicos sin que se deje de lado las inversiones realizadas en data center que continúan vigentes dentro de la organización.

Nutanix tiene presencia en Latinoamérica desde hace un año proveyendo soluciones con diferentes modelos de hardware para adaptarlas a cada necesidad.

Akros obtuvo certificación



Akros, la empresa ecuatoriana enfocada en el segmento corporativo, dio a conocer a su nuevo nombramiento como LSP-Licensing Solution Providers- el cual le da apertura para comercializar licenciamiento de Microsoft en volúmenes grandes. María de Lourdes Triviño, Gerente de Marketing de Akros, mencionó que "en Ecuador solo existen 4 partners en esta categoría y Akros, ahora, es uno de ellos".

Además, presentaron a sus clientes el portafolio de productividad que tiene Microsoft, de las cuales se destacaron las herramientas de Business Intelligence, la cual permite a clientes tener la información y datos necesarios para realizar una correcta estrategia de CRM- Customer Relationship Management- y a su vez lograr un mejor acercamiento al usuario.

Akros es un integrador tecnológico y brinda diferentes soluciones para que los usuarios utilicen al 100% las herramientas que cada marca presenta.

Claves seguras con app de GMS



GMS, empresa de seguridad de la información, introdujo en el mercado ecuatoriano el app "Safe Password Manager", una herramienta que permite almacenar usuarios, contraseñas y notas privadas en una sola aplicación segura y totalmente invulnerable.

Tanto el concepto como el desarrollo de la herramienta estuvieron liderados por un equipo de técnicos y especialistas ecuatorianos, bajo la dirección de Fernando Flores, gerente de Innovación y Desarrollo de GMS.

El desarrollo de la app tomó cinco meses y fue diseñada de tal modo que ni siquiera el fabricante tenga la posibilidad de desencriptar las contraseñas, ni pueda resetear la clave maestra. En caso de robo del dispositivo, no se podrán acceder a las contraseñas dado que se encuentran encriptadas dentro del dispositivo. Adicionalmente, si el usuario lo desea, se puede activar la función de auto-destrucción, la cual permite a la App eliminar toda la información en caso de que la clave maestra haya sido introducida incorrectamente un número especifico de veces.

En el desarrollo de la app se utilizó GeneXus de Artech que es una herramienta inteligente para la creación y mantenimiento de software, de forma automática. Por otro lado, la aplicación está protegida con todas las últimas tecnologías anti-hacking de la solución Kaspersky Fraud Prevention desarrollada por Kaspersky Lab.

La versión gratuita de esta app permite almacenar contraseñas con encriptación AES, sin seguridades adicionales y la versión premium el usuario podrá contar con las protecciones de seguridades completas que brinda la herramienta Kaspersky Fraud Prevention.

IBM se une a la comunidad Spark

IBM anunció el compromiso con el proyecto de código abierto Apache Spark para incorporar Spark a sus plataformas de Analytics y Commerce.

En paralelo, se ofrecerá Spark como servicio en IBM Bluemix para todo tipo de desarrolladores de aplicaciones que busquen subir y modelar datos para hacer artefactos predictivos. IBM también abrirá un nuevo laboratorio de investigación de datos en San Francisco, dedicado específicamente a trabajar con la herramienta. También se realizará una campaña para educar a un millón de científicos de datos de todo el mundo.

BigData y la analítica se han vuelto aliados clave en la trama de los negocios y el desarrollo de la sociedad. Spark aporta avances esenciales para la tecnología de procesamiento de datos a gran escala, ya que mejora sustancialmente el desempeño de apps dependientes de datos, simplifica radicalmente el proceso de desarrollo de soluciones inteligentes y habilita una plataforma capaz de unificar todo tipo de información en esquemas reales de trabajo. Algunas acciones adicionales previstas son la incorporación de Spark al núcleo de las plataformas de analítica y de e-commerce de la compañía; donación de tecnología de computación cognitiva avanzada ´System ML´ al proyecto de software libre Spark y colaboración con Databricks para promover las capacidades de aprendizaje de máquina. IBM capacitará a un millón de científicos e ingenieros de datos en Spark a través de amplias alianzas con AMPLab, DataCamp, MetiStream, Galvanize y Big Data University MOOC.

Senescyt abre invitación para ser parte del banco de ideas

La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación abre la segunda fase de evaluación del programa Banco de Ideas.

Para ser parte de esta plataforma virtual, las personas que cuenten con un proyecto con potencial de innovación deberán registrarse en www.bancodeideas.gob.ec, donde deben ingresar un correo electrónico y contraseña, y completar los campos requeridos para generar un perfil de usuario.



Teebot fue uno de los proyectos finalistas dentro del programa Banco de Ideas en su primera convocatoria, el cual potencia la idea innovadora de los emprendedores del Ecuador)

PROYECTOS QUE SE REGISTREN EN LA PLATAFORMA

- Trabajos de titulación aplicados para la obtención de títulos de grado y postgrado
- Resultados de investigación científica y desarrollo tecnológico
- Proyectos innovadores de emprendedores
- Cualquier proyecto con potencial de innovación

Los proyectos que hayan obtenido más de 75 puntos en la primera evaluación, pasarán a evaluación presencial, luego se elegirán a los proyectos que recibirán capital semilla. El capital semilla a entregarse será de hasta USD. 50.000, adicional, el Banco de Ideas cuenta con otros beneficios como el BootCamp, espacio que consiste en procesos de entrenamiento a fin de desarrollar habilidades en temas de negocio; articulación a ronda de inversionistas ángeles; asesoramiento continuo, entre otros.

Cisco presentó su portafolio de seguridad durante el "Security Everywhere".



La semana de seguridad de Cisco es una iniciativa a nivel de Latinoamérica cuyo objetivo principal es compartir con los socios estratégicos, canales y socios de negocio toda la estrategia y visión de Cisco en relación a productos y servicios. Además, Cisco con estas actividades busca una interacción con los clientes para conocer la realidad de cada empresa y ofrecer soluciones personalizadas.

Percy Camus, Security Account Manager de Cisco para Ecuador, Perú y Bolivia, sostiene que en cuatro años la compañía ha invertido alrededor de cuatro mil millones de dólares en tema de seguridad debido a la relevancia que tiene este tema en función de los modelos de negocio relacionados con tendencias de movilidad, virtualización, nuevos esquemas de cloud, entre otros.

El portafolio de Security Everywhere se enfoca en la capacidad de defensa ante amenazas cada vez más sofisticadas y con una afectación a varios puntos. De esta manera Cisco integra todos los componentes para ofrecer soluciones inteligentes ante amenazas complejas y dejar de lado el sistema reactivo que utilizan las empresas para la defensa ante amenazas, sino ser proactivos en la implementación de las soluciones para contrarrestar la amenaza en lugar de prevenirla, y hacerlo bajo un modelo conceptual de seguridad que abarca desde la planificación, control, defensa, remediación o respuesta a incidentes, indica Camus.

Entre las sugerencias que el ejecutivo menciona podrían ser útiles para los gerentes de IT están la creación una conciencia en toda la compañía sobre las repercusiones monetarias en el caso de que fallen las seguridades, y para ello, señala la necesidad de cuantificar cuáles son los activos importantes y los servicios críticos en cada compañía. Es decir, los gerentes de tecnología deberán realizar un completo análisis de riesgos para que los ejecutivos en áreas de decisión destinen los recursos necesarios para la continuidad de las actividades del negocio, indicó Camus.



Desca es el nuevo canal de HP

Desca Ecuador se suma a los canales de distribución que HP Enterprise mantiene en el país; para la distribución de línea de productos y formar parte del grupo de empresas certificadas en todas las soluciones que dispone el fabricante. Con trayectoria regional Desca es un socio Gold Partner de HP, esta misma distinción fue entregada en Ecuador. "Desca es canal muy sólido que cuenta con el espaldarazo de la región", comentó Edgar Barahona, gerente de Canales Enterprise Group de HP.

Lisbeth Moreno, gerente de Desca Ecuador, señaló que están enfocados a proveer soluciones tanto en el sector gubernamental como privado, y la visión con esta alianza es crecer en ambos segmento con soluciones completas que se adapten al mercado en temas de movilidad, Big data, Cloud, seguridad y satisfacer los requerimientos de los clientes con la mejor tecnología.



Franz Esparza, gerente de pre-ventas Desca; Edgar Morillo, gerente de Cuentas HP, Lisbeth Moreno, gerente General Desca Ecuador, Edgar Barahona, Gerente de Canales Enterprise Group de HP

Bwise invita a desarrolladores a integrar aplicaciones con su API

Bwise es una corporación internacional especializada en generar soluciones móviles para operadoras telefónicas, instituciones financieras y establecimientos comerciales. Actualmente, cuenta con una pasarela de pagos con tarjeta de crédito con los principales emisores. Con esta solución ya certificada, Bwise abre la posibilidad de que aplicaciones móviles relacionadas a la atención de clientes y ventas de otros desarrolladores puedan integrarse a su API.

Con esta apertura Bwise busca que las aplicaciones ya existentes puedan cerrar todo el proceso de venta y al final permitir el cobro desde una aplicación certificada y ya integrada a las procesadoras de pago como es el MobilePOS de Bwise.



EL USO E INTEGRACIÓN DE LAS SOLUCIONES AL API NO TIENE COSTO, LOS DESARROLLADORES INTERESADOS DEBERÁN CONTACTARSE CON BWISE Y SEGUIR EL SIGUIENTE PROCEDIMIENTO:

- Acceder al repositorio y obtener la librería del API de MobilePOS.
- Con el acceso se deberá integrar, esta librería a la aplicación del desarrollador según el manual que también está a disposición de los interesados.
- Se entregará un lector de prueba para que el desarrollador haga correr una transacción completa y verifique el correcto flujo de información entre ambas aplicaciones.
- En caso de que el desarrollador ya disponga de un lector de una solución en producción (Datamóvil de Datafast o Cobros Móviles de Banco Internacional), podría realizar la prueba utilizando los lectores proporcionados. El uso e integración del API no tiene costo

TOTVS trabaja en inteligencia de negocios

De acuerdo con la consultora IDC, sólo 15 % de los tomadores de decisiones confía en que la mayoría de los informes y cuadros de mando utilizados en sus organizaciones aportan información relevante a las personas adecuadas en el momento oportuno. Este hecho eleva la necesidad de contar con soluciones de tecnología como Business Intelligence.

Empresas como TOTVS ingresan al mercado ecuatoriano para proveer soluciones para inteligencia de datos provenientes de diversas fuentes. La experiencia de esta compañía ha identificado algunos problemas que enfrentan las empresas al momento de analizar de manera rápida los datos.

Para ello, ha desarrollado alianzas que le permiten personalizar soluciones de acuerdo con la usabilidad y experiencia del usuario. Estas herramientas como TOTVS Smart Analytics permiten a las empresas:



- Extraer datos clave desde cualquier tipo de fuente de información, incluyendo redes sociales.
- Almacenar esos datos en un data warehouse especial para soluciones BI.
- Combinar de manera inteligente datos para obtener resultados e indicadores consolidados.
- Generar métricas para llevar a la pantalla de los tomadores de decisión la información precisa en el momento oportuno.
- Visualizar los reportes e indicadores en cualquier tipo de dispositivo sin tener que desarrollar pantallas específicas.

La disposición en tiempo real de información permite a directivos reaccionar rápidamente ante las nuevas demandas del mercado, y desarrollar reportes para ser consultados desde cualquier dispositivo móvil que cuente con conexión a Internet.

Coface desarrolló aplicación para administración de contratos

Coface, empresa dedicada al seguro de créditos, presentó en Ecuador un aplicativo móvil para acceder a las funciones esenciales de Cofanet, su plataforma on line para la administración de contratos de seguros de crédito de sus clientes. La aplicación CofaMove está disponible en Apple App Store y Google Play Store.

Este servicio ofrece información de valor al momento de tomar decisiones de riesgo sobre un cliente deudor y monitorearlo de forma rápida. Además, proporciona orientación sobre la gestión de crédito para las fuerzas de ventas en tiempo real. Puede ser descargada en dispositivos móviles con sistema operativo IOS (desde v7) y Android (desde v.4).

Además, CofaMove otorga acceso directo a los sistemas de suscripción integral y de información de Coface. De acuerdo con los términos del contrato y su perfil, los usuarios también tienen acceso a varios productos y características, permitiéndoles manejar las cuentas por cobrar de su negocio de la forma más eficiente y en menos tiempo.



En cuanto a la información que está disponible sobre los compradores es:

DRA (Evaluación de Riesgo Crediticio / Probabilidad de impago): el DRA mide la probabilidad de quiebra de un negocio durante un periodo de 12 meses.
Credit Limit: este corresponde al monto de la cobertura aprobada, o su estatus.
Express Credit Limit: este corresponde al monto de la cobertura definido en el contrato con cada empresa.
TopLiner Limit: una cobertura adicional que los usuarios pueden comprar en cada decisión restrictiva, ya sea una línea de crédito parcial, una reducción, un rechazo o una cancelación de la misma



SEGURI EXPO ECUADOR

FERIA Y CONFERENCIA INTERNACIONAL



La tercera Feria y Conferencia Internacional de Seguridad, Prevención y Control, SeguriExpo reunió a fabricantes, integradores y clientes. 106 expositores de China, Estados Unidos, Colombia, Perú y Ecuador presentaron productos. Durante la exposición también se realizaron conferencias y talleres de certificaciones. Algunas tendencias como Smart City, sistemas de CCTV, nueva generación de sistemas de vigilancia IP, infraestructura, etc. se reflejaron en las charlas y presentación de productos.



Leonardo Luna, Gerente General de Seguri Expo Ecuador.

WD

El fabricante de discos de almacenamiento, WD, apoyo directamente a sus so Sistemas de Seguridad, Intcomex, e iBrido,

GRUPOCOM

Con un portafolio para seguridad empresarial de sus socios de negocios como: Trendnet, Synology, Seventh.

iBRIDO

Cámaras y grabadores de la línea tribrida, y la solución de seguridad para transporte Eyecatch.

ECUATELSA

Ecuatelsa y productos para cableado de redes, materiales eléctricos, rack´s,.

WAPA

Con su línea de cámaras para video vigilancia para interiores y exteriores. Por su parte NVT presentó sus soluciones para video IP y la aplicación TBus exclusiva para productos de la marca.

SEGURIDAD ELECTRÓNICA

Exhibió sus productos de seguridad de Sony con la línea Ipela, además del software Nuuo.

TECNOSEGURIDAD

Con su portafolio de productos CCTV y soluciones IP de la marca Dahua Technology.



Novedades

INTCOMEX DEL ECUADOR

Exhibió la línea de seguridad y vigilancia con productos de WD y Forza.
Sistemas de Seguridad y sus cámaras DS-2CD6026FHWD diseñada para ambientes de baja iluminación; y la cámara oculta DS-2CD6412FWD-21 ultra compacta, además contó presencia de Camilo Gu Wei y Terry Wenfu Tong, representantes de Fábrica de HIKVISION.

CARTIMEX

Presentó su portafolio del fabricante Dell, que representa un complemento para todo sistema de seguridad.

MACROQUIL

Con su nueva línea de cámaras de seguridad de ViperTek, además, de seguridad y domótica del fabricante Honeywell, y de Samsung.
Siglo 21 estuvo presente en la feria con su división POS-Line, donde se desatacó la Marca QSEE con su sus soluciones DIY (do it youself security) y kits de vigilancia.

IDENTICARD

Especialistas en control de acceso, mostró las novedosas UBand un producto que remplaza a las tarjetas de acceso.

BOLIDE

En el stand de Bolide se pudo apreciar los productos de su línea Mobile video, destacaron cámaras y DVR's para transporte..

HUAWEI

Presentó sus productos para seguridad enfocados en ciudades inteligentes, destacó la TE30, un dispositivo de punto terminal "todo en uno" de conferencias de vídeo de alta definición.



SERCOP
emite normativa para proveedores

El Servicio Nacional de Contratación Pública, SERCOP, emitió la nueva normativa para la selección de los proveedores de convenio marco para la adquisición de equipos de computación que cumplan con el principio de vigencia tecnológica, en el que se menciona que:

"De acuerdo con el pliego aprobado por el Director General del Servicio Nacional de Contratación Pública, para efectuar la selección de proveedores para la suscripción de Convenios Marco que tiene por finalidad facilitar a las Entidades Contratantes la adquisición de Equipos de Computación que cumplan con el principio de vigencia tecnológica, bajo el código No. SERCOP-SEL-PROV-021-2014, se convoca a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, consorcios o asociaciones, o compromisos de asociación o consorcios, y actores de la economía popular y solidaria con domicilio fiscal en el Ecuador, que sean ensambladores de equipos de computación, o distribuidores autorizados de equipos de computación ensamblados en el Ecuador, inscritos y habilitados en el Registro Único de Proveedores -RUP, legalmente capaces para contratar, a que presenten sus ofertas para la selección de proveedores para la "Adquisición de Equipos de Computación que cumplan con el principio de vigencia tecnológica" y suscriban Convenios Marco, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública -LOSNCP-."

El pliego se entregó a los proveedores como muestra de la convocatoria nacional que realiza este organismo gubernamental. En este documento se destacan los requisitos para ser parte del proceso de selección. El inciso en el que se menciona que los únicos que pueden ofertar son aquellos proveedores que tengan en su catálogo productos tecnológicos ecuatorianos, ensamblados en el país; y el caso de ser distribuidores se requerirá la autorización previa de emitida por el ensamblador ecuatoriano.

Esta normativa implica que los proveedores deberán aumentar los convenios con empresas ecuatorianas ensambladoras, para no quedar excluidos de este proceso de selección, y además, establecer estrategias en otros mercados para la comercialización de marcas internacionales que también distribuyen y comercializan los proveedores tecnológicos.

BIENES ECUATORIANOS.- Se consideran bienes de origen ecuatorianos aquellos que cumplan con el umbral de valor agregado ecuatoriano determinado por el SERCOP, acorde lo establecido en la Resolución Externa No. RE-2013-00089, de 28 de junio de 2013.

Selección de proveedores el umbral de Valor Agregado Ecuatoriano será de:

TIPO DE COMPRA	PORCENTAJE DE VALOR AGREGADO PARA SER CONSIDERADO DE ORIGEN ECUATORIANO
BIEN	40 % o más

Las marcas ensambladas en Ecuador son:

- ADICTA
- APEX
- ARI
- DR. PC
- XTRATECH
- ULTRATECH
- QUASAD
- SPEEDMIND
- TERRAX
- MARCITECH
- PC BOX
- HURRICAN

UNA VISIÓN DEL FUTURO

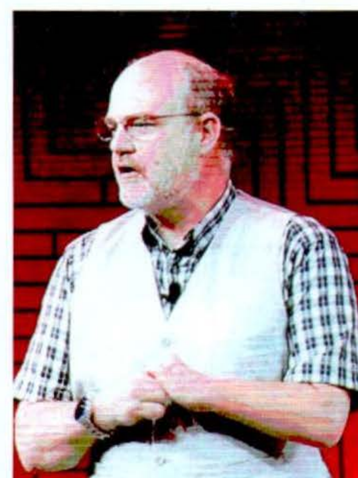
Tech World Lenovo

Lenovo Tech World, realizado en China convocó a cerca de 3.000 asistentes para presenciar lo más destacado en gadgets y equipos de cómputo. Yang Yuanging, CEO de Lenovo, compartió escenario con Satya Nadella, CEO de Microsoft, Brian Krzanich de Intel y Robin Li, de Baidu.
Durante su presentación Yuanging resaltó la importancia de crear vías naturales para conectar a la gente y a los dispositivos.
En este espacio se vivió de cerca la tecnología Real Sense de Intel en los equipos y dispositivos de Lenovo, una tecnología que permite al usuario del computador interactuar a través de gestos, así como del lenguaje corporal, y el uso de imagen en 3D de un usuario para distintas aplicaciones.
Además, de la exhibición de productos novedosos como smartphones con mini proyector de imagen incorporado para una fácil interacción entre las aplicaciones y la interface del teléfono.
Entre los wearables más destacados estuvieron el smartwatch llamado Magic View. Este reloj inteligente tiene una pantalla para ver videos, fotos o cualquier tipo de archivo, algo similar a una experiencia con Google Lens. La pantalla virtual del smartwatch de Lenovo se superpone al campo de visión y es 20 veces mayor. Este, que aún es un prototipo, muestra las innovaciones que Lenovo tendrá en un futuro cercano. Las versiones comerciales podrían ya estar en el próximo Mobil World Congress que se realiza en España.
Y diseñados para los pies, los zapatos inteligentes cuentan con una pantalla lateral que interactúa con aplicaciones para el usuario, por ejemplo, medir el estado de ánimo del usuario y expresarlo en emoticons.

SERVICIO Y SOFTWARE

El espacio ideal para importantes anuncios y demostraciones. Como propietaria de Motorola Mobility, Lenovo anunció a Moto Maker en China. Un servicio probado exitosamente en Estados Unidos, y que permite a través de un portal aceptar sugerencias de usuarios para la personalización del diseño final del smartphone. Además, El software de indexación REACHit de Microsoft fue presentado en Lenovo Tech World como una herramienta para ayudar a los usuarios a localizar sus documentos en un conjunto de diversas fuentes y servicios. Cuando REACHit se ha instalado y autenticado con el computador, incluyendo los servicios de Dropbox, Box.net, o Google Drive, el software elabora un índice de los archivos para facilitar lo que busca. Los usuarios que ya utilizan Windows 10 podrán recibir una invitación privada para probar REACHit.





INVITADOS ESPECIALES

Los fans de Lenovo estuvieron en las primeras filas del evento, además de un nutrido número de periodistas de todo el mundo, y ejecutivos de la firma como Peter Hortensius, vicepresidente y Gerry Smith, vicepresidente de Ventas de Lenovo.



Yang Yuanging, CEO de Lenovo, Satya Nadella, CEO de Microsoft y Brian Krzanich de Intel.

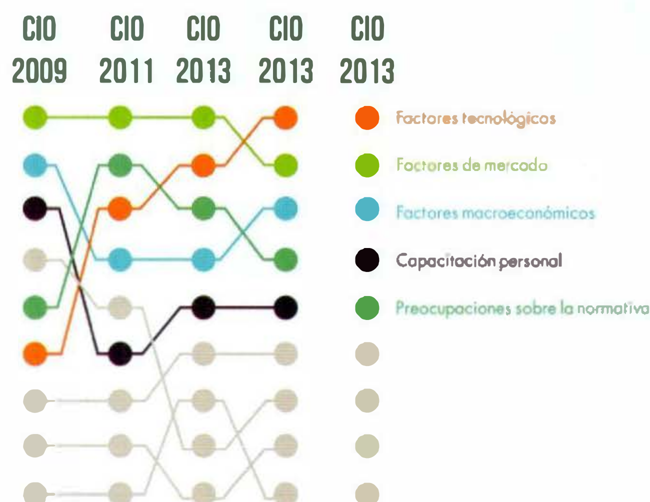


CIO
UN PAPEL estratégico en la organización

El rol del gerente de Tecnología, o Chief Information Officer, CIO, ha evolucionado en los últimos 10 años hacia un pensamiento mucho más parecido al del CEO o Chief Executive Officer, convirtiéndose en un elemento que colabora con la estrategia del negocio.
Según un estudio del Global C-suite Study realizado por el IBM Institute for Business Value, un número cada vez mayor de ClOs aprovecha la oportunidad de adoptar un papel mucho más importante en la primera línea del negocio.

Los CIOs gozan de más respeto y detentan más autoridad que antes, aunque admiten que todavía encuentran dificultades en algunas áreas. Además, colaboran más estrechamente que nunca con sus colegas directivos.

LOS CIO DE EMPRESAS DE MAYOR RENDIMIENTO ESTÁN MÁS PRÓXIMOS AL CEO



1

En el estudio se señala que aunque el CIO toma una posición estratégica que acompaña al comportamiento del CEO, existe una diferencia entre los ejecutivos de IT de empresas de mayor y menor rendimiento.

En empresas de menor rendimiento consideran que los factores de mercado, y no la tecnología, serán la fuerza externa más potente que afectará a sus organizaciones en los próximos tres a cinco años. Además, conceden más importancia a las preocupaciones relacionadas con la normativa.

Mientras que los CIO en empresas de mayor rendimiento, por el contrario, ven el mundo de un modo mucho más parecido al de los CEO y creen que la tecnología, los factores de mercado y los factores macroeconómicos tendrán un gran impacto.

2

Los CIO esperan cumplir un papel con mayor incidencia en la estrategia del negocio

Sin embargo, también admiten que es preciso recorrer mucho terreno para llegar a ese momento. Solamente dos terceras partes de los CIO creen que sus departamentos de TI dominan los aspectos básicos. Más de la mitad afirma que existe un margen de mejora considerable en lo referido a ejecutar actividades más complejas.

3

Una forma en la que los CIO esperan apoyar para que se cumpla la visión empresarial de las organizaciones es a través de una mejora en los procesos de acercamiento a los clientes. Según el estudio más de cuatro quintas partes de los CIO han pasado del back office al front office, donde los responsables de marketing, ventas y atención al cliente trabajan para encontrar, ganar y retener. Un número similar asegura que invertirá en nuevas tecnologías y en la capacitación necesaria de las personas para analizar los datos de los clientes.

LOS CIO BUSCAN NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA TENER UNA MEJOR APROXIMACIÓN A LOS CLIENTES.



CAMBIO EN LA GESTIÓN DE DATOS

2011	2013
Gestión de datos maestros	Análisis de clientes
Análisis de clientes	Análisis de rentabilidad de productos o servicios
Almacenamiento de datos	Gestión de datos maestros
Paneles de control visuales	Gobierno de Datos
Capacidades de Búsqueda	Paneles de control visuales

4

La revolución digital transforma el mercado y también la necesidad de crear canales digitales que involucre a los clientes quienes quieren productos, servicios y experiencias adaptados a sus preferencias particulares donde quiera que estén y a la hora que elijan.

En este estudio se señala que la mayoría de los directivos espera que los canales digitales se conviertan en uno de los medios predominantes de interacción con los clientes en los próximos años. Más de la mitad afirma que su organización ya utiliza estos canales, pero nueve de cada diez prevé hacerlo para 2018, y acuden a los CIO para que faciliten esta transformación.

Los CIO tienen entre sus planes para el futuro construir la infraestructura necesaria para implicarse con clientes y ciudadanos capacitados digitalmente, participar más profundamente en la elaboración de la experiencia del cliente y fomentar la colaboración (tanto dentro como fuera de la empresa).

5

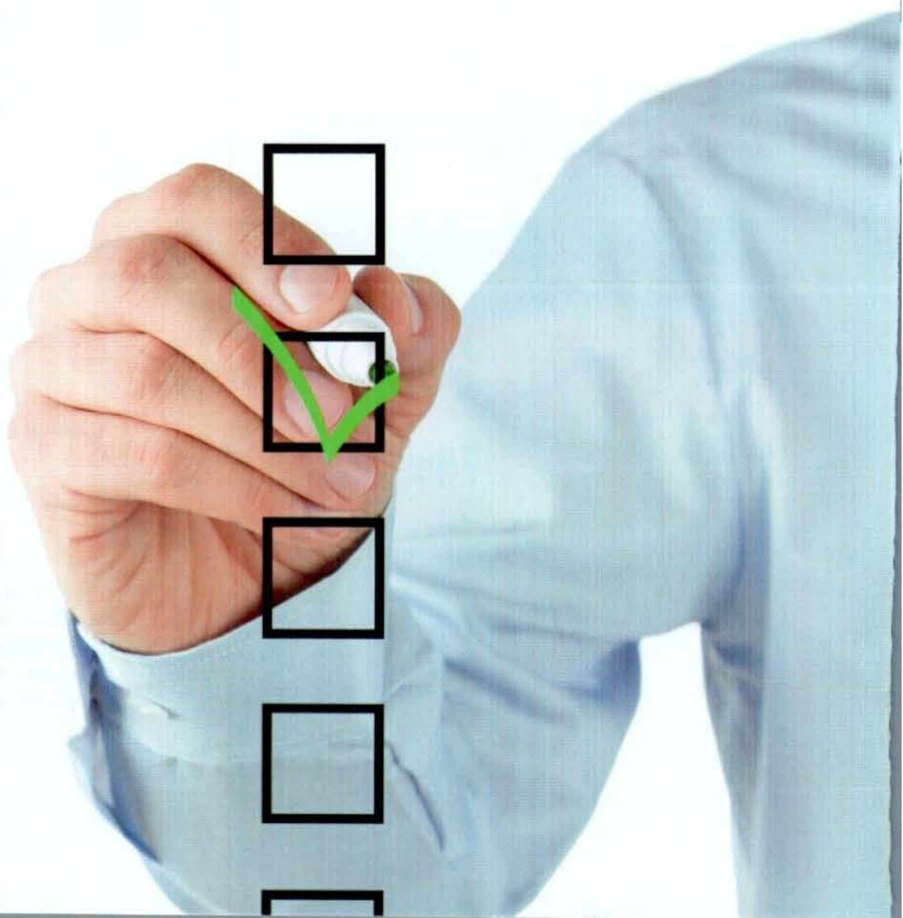
Pero además, de canales, los CIO deben conocer lo que quieren y buscan los clientes para entregarles mejores servicios, productos, etc. La necesidad de contar no solo con estadísticas sino con herramientas de análisis de sentimientos que permitan ir al siguiente paso, es decir pasar de los datos a la inteligencia de los mismos.

En 2011 los CIO se dedicaban a organizar, gestionar y almacenar los datos, facilitando las búsquedas.

Su primera meta es conocer mejor a los clientes, empleando la mineria de sentimientos, el análisis de redes sociales y otras herramientas analíticas para identificar pautas de comportamiento profundamente soterradas, predecir nuevas tendencias y prescribir la mejor respuesta. La segunda consiste en analizar la rentabilidad de los diferentes productos y servicios y determinar cuál es la mezcla idónea.

6

Los CIO también están conscientes de la importancia en promover la colaboración entre empleados, proveedores y socios de negocio para alcanzar mayor productividad y mayor valor para las organizaciones. En esa medida, el 70% de CIO espera trabajar con un grupo más amplio de colaboradores en el futuro con el fin de generar más valor estratégico y de negocio en lugar de incrementar la eficiencia o reducir costos.

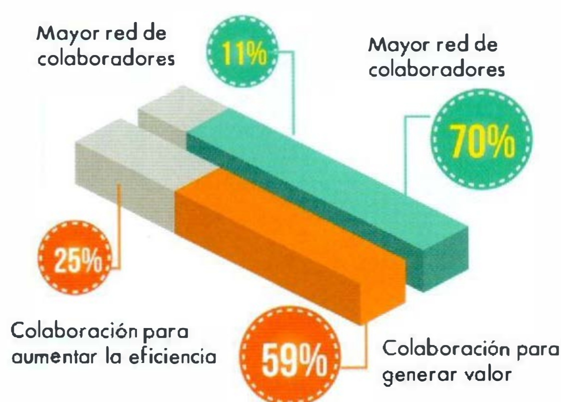


7

En cuanto a colaboración directa con sus colegas de equipo de dirección, la mayoría de los CIO mantienen una sólida relación con los dos principales miembros de la dirección ejecutiva: el CEO y el CFO y tienen menos trato con el resto de sus colegas. Además, el estudio señala que las organizaciones en las que el CIO mantiene una estrecha relación de trabajo con el CEO tienen un 40% más probabilidades de destacar. Pero cuando quienes colaboran estrechamente son el CIO y el CMO, la diferencia es incluso más pronunciada

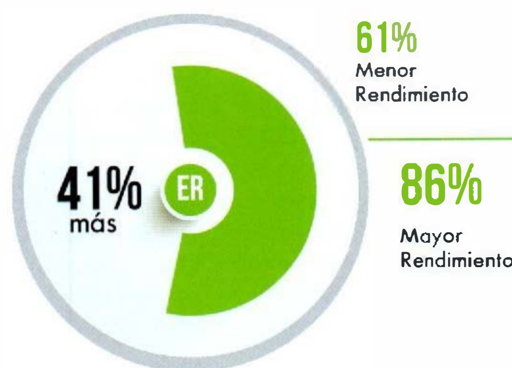


LOS CIO RECURREN A MODELOS DE NEGOCIO MÁS COLABORATIVOS Y CON FINES MÁS ESTRATÉGICOS

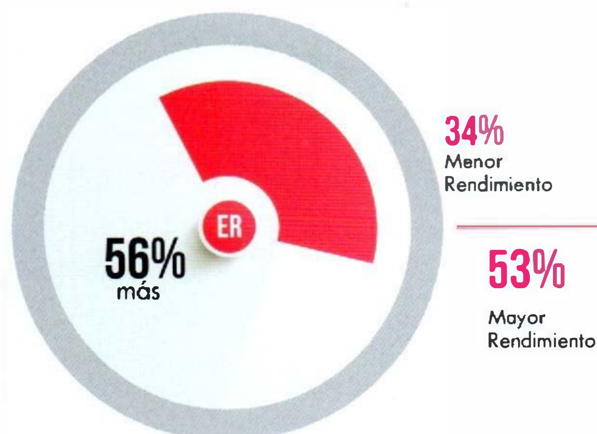


LA RELACIÓN DE LOS CID CON EL CEO Y EL CMO SUPONEN UNA PROFUNDA DIFERENCIA EN EL RENDIMIENTO DE UNA ORGANIZACIÓN

ESTRECHA RELACIÓN CIO - CEO



ESTRECHA RELACIÓN CIO - CEO





Ecuador en la tendencia de pagos móviles

Según Price Waterhouse Cooper, en su estudio Los Medios de Pago, un paisaje en movimiento, publicado en junio del 2015 señala que el efectivo aún es el medio de pago masivo en el mundo. Según estimaciones aproximadas, el 85% de slas transacciones y el 60% del valor de las mismas se realizan con dinero contante y sonante, y en la región de Latinoamérica un 95% de las operaciones se hacen con dinero físico. El motivo principal, según el estudio, es que la población está poco bancarizada. El 61% de los latinoamericanos están fuera de los circuitos de las entidades financieras.

Sin embargo, las transacciones distintas del efectivo están creciendo a buen ritmo, sostiene el estudio. Entre 2008 y 2012 lo hicieron con una tasa media anual de casi un 20%. El canal con mayor proyección es el de las tarjetas de crédito y de débito y representan ya el 81% de los pagos que no se hacen en cash, frente al 70% del año 2000. Gracias a las nuevas tecnologías de la información y el uso de dispositivos inteligentes los hábitos de consumo y la manera de adquirir los productos han cambiado. De hecho, los servicios de datos son clave en este proceso. En Ecuador según la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, Arcotel, a mayo del 2015, existe un total de 15.793.210 líneas activas, de las cuales 925.461 están habilitadas con servicio de datos.

GOS

VILES

Estos usuarios ahora buscan en línea, seleccionan el objeto de su preferencia y al pagar lo pueden hacer también en línea a través de distintos mecanismos de pago o utilizar los canales tradicionales. Esa posibilidad de estar en red y cambiar de canales según la disponibilidad para los usuarios permite estar en ubicuidad, como lo señala Marco Pueyrredon, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico eInstituto.

Además, el consumidor introduce nuevos habilitadores de compra e incorpora dispositivos o smartphones como un nuevo canal. En esta segunda revolución digital aún más grande, dice Pueyrredon, el consumidor está teniendo una buena experiencia para resolver asuntos más complejos a través de un dispositivo móvil.

El nuevo consumidor formado digitalmente está más informado y carece de tiempo, tiene nuevas necesidades que deben cubrir las empresas de servicios y retail. Así, por ejemplo, se debe entender al cliente con respecto a lo que quiere y cómo quiere consumirlo o pagarlo, comenta Ricardo Alonso, gerente Corporativo de Comercio Electrónico de Falabella, empresa de retail chilena que desarrolla su actividad comercial a través de varias áreas de negocio, siendo las principales, la tienda por departamentos.

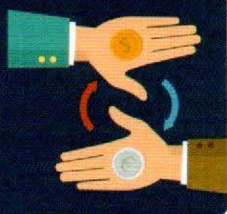
"Y si la tecnología no está yendo como una solución a la necesidad de un consumidor probablemente esté equivocada, subinvertida y sobreinvertida porque la tecnología tiene que responder a un qué quiero frente a ese consumidor o potencial consumidor y no tomar la tecnología para ver que hago con ella", señala Alonso.

Julius Odian, gerente Corporativo de Desarrollo de Falabella, hace hincapié en que en una estrategia de comercio electrónico los gerentes de TI deben ir de la mano de los gerentes de negocios porque son ellos quienes están más cerca del consumidor.

Falabella tiene varios canales para pagos de consumo y entre ellas están pagos en efectivo en sucursales físicas; pagos contra entrega, pagos a través de la emisión de tarjetas de pre-pago, pagos sobre plataforma on line, etc. y son alternativas que facilitan la vida al consumidor que no tiene tarjeta de crédito, indica Odian.

Aunque el consumidor compra por precio, la comodidad y la conveniencia son variables importantes cuando se trata de movilidad y formas no tradicionales de pago. Hay muchas iniciativas como la billetera digital u otros mecanismos para facilitar flujos de compras a través del uso de la billetera electrónica asociada a datos, menciona Odian.

Soluciones de comercio móvil para las organizaciones



Ignacio Cordero, Gerente de Producto de Pagos Móviles de Bwise, una corporación internacional especializada en soluciones móviles para operadoras telefónicas, instituciones financieras y establecimientos comerciales, señala que alrededor de 40 mil negocios o comercios en el Ecuador están afiliados a redes de pago con tarjeta de crédito dejando de lado a pequeños comerciantes, profesionales independientes que necesitan una forma de cobrar que no sea en efectivo o transferencia pero sobre todo ofrecer crédito sin asumir ese riesgo. Este segmento se vuelve interesante para los bancos que empiezan ya a incluirlos como clientes con un proceso de afiliación no tan largo como el que realizan para los comercios y a través de tecnología no tan costosa para estas instituciones financieras, sostiene Cordero. Y esa tecnología, en este momento, dice, es el Mobile POS, un sistema de inclusión al sistema financiero a través del sistema de afiliación.

Oportunidades de pago a través de soluciones MPos



Telefónica, en conjunto con socios de negocio, presentó el MPOS- Mobile Point of Sales- el cual ya es utilizado por tres procesadoras de pagos como son Datafast, Medianet y Data Express. Femando Villagómez, Jefe de producto Smart Cities de Telefónica, señaló que esta solución permite realizar cobros con tarjeta de crédito y débito utilizando un pequeño lector de bolsillo que se conecta en el auricular de teléfonos celulares inteligentes y tabletas. El lector de bolsillo, que se conecta al puerto del auricular en el terminal móvil, es el dispositivo necesario para la lectura de la tarjeta de crédito, que al reconocer la tarjeta del cliente aparecerá una animación en la que se mostrará los últimos dígitos de la misma, y en donde se deberá digitar el monto total. El lector toma toda la información necesaria, la empaqueta, la cifra y la envía a la nube. Por último, la nube de Telefónica adquiere todas las peticiones de pago y las direcciona hacia la infraestructura de las procesadoras. Cuando la entidad bancaria ha autorizado el pago aparece una pantalla en donde es necesaria la firma del cliente, la misma que se puede realizar con el dedo, sin la necesidad de algún tipo de accesorio.

Simplificando para aprovechar el momento emocional del cliente



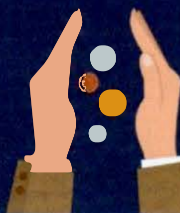
La tendencia en retail es que el cliente no se acerque a la caja sino que se lo acompañe hasta que tome su producto, y a nivel de espacios se busca que sean más abiertos y que a través de redes wi-fi compre directamente desde el celular permitiendo hacer una gestión más rápida y capturando al cliente en el momento emocional de su compra y reducir las filas para realizar los pagos. Es en este proceso donde las funciones del departamento de tecnología deben aportar definiendo las mejores soluciones para cobrar al cliente y llegar a un proceso sin fricción, es decir que desde una aplicación móvil el comprador pueda seleccionar los productos que va a adquirir y el proceso de compra sea más fácil y eficiente, dice Ignacio Cordero, Gerente de Productos de Pagos Móviles de Bwise. "El pago no tiene por qué crear fricción en el proceso de la compra porque cuando eso pasa el cliente duda y esa compra a través de un smartphone podría no hacerse efectiva, o el cliente toma la decisión de utilizar otros canales de pago como la tarjeta de crédito.

Botón de pago para todo tipo de empresas



Carlos Ugalde, gerente de Payphone, un sistema de pagos móvil de proceso unipersonal en el Ecuador, señala que los pagos móviles deben permitir que opciones de dinero electrónico puedan subsistir en su propio ambiente, "esto logrará generar un ecosistema que permita el avance del comercio electrónico", comenta. Ugalde ha iniciado una tarea para "democratizar" el uso de los botones de pago y permitir que su uso llegue a comercios pequeños y medianos. "La banca no ha podido democratizar el uso de botones de pago", aunque dice que es entendible ya que los botones de pago no solo que involucran un "mayor riesgo de fraude", sino además, un gran esfuerzo tecnológico y reducir los niveles de desconfianza de los compradores al momento de introducir datos de sus cuentas en sitios desconocidos. La apuesta de Ugalde a los pagos es a través de un botón denominado Payphone, que no es dinero o un monedero electrónico, ni siquiera podríamos decir que sea un medio de pago, dice, sino que es la única solución en el mercado que no solo desmaterializa el plástico de la tarjeta de crédito/débito y el papel moneda, sino también desmaterializa el POS, convirtiendo a cada celular de sus clientes en un POS virtual, lo que permite realizar compras y ventas ya sea presenciales o no.

Cerrar la cadena de valor de pagos



Aunque existe un número importante de emprendimientos móviles enfocados en generar modelos de negocio en temas comerciales y pagos móviles y banca, el desarrollo de aplicaciones de pagos móviles ha estado rezagado, comenta Gabriel Álvarez, a cargo de las Operaciones y Tecnología de Team Sourcing, empresa global integradora de contenidos móviles y valor agregado en Ecuador. Los proyectos de aplicaciones móviles han desarrollado esquemas parciales dentro del esquema de valor, es decir, llegan hasta la orden de pedido pero al hacer el pago esa cadena se rompe, señala Álvarez. La interacción de negocios a nivel mundial es que las empresas tecnológicas están llegando a ofrecer servicios financieros y viceversa pero en Ecuador existen aún regulaciones que no permiten a ciertos actores llegar hasta un punto que complete la cadena de valor de los pagos y eso se debe a la idea generalizada que se tenía de que las iniciativas de pago móviles eran competencia de la billetera electrónica, hoy está claro que el celular es un habilitante pero no es un reemplazo del dinero en efectivo, comentó el ejecutivo de Team Sourcing.

Las plataformas de dinero electrónico posibilitarán que las personas que no accedan a los servicios financieros puedan realizar pago de servicios básicos como transporte, cobros, recepción y envío de dinero, pagos de clientes, etc. a través de mensajes de texto desde cualquier parte del país y sin necesidad de una cuenta bancaria en las entidades financieras.

EXISTEN 255 Plataformas de dinero móvil en 89 Países

Según: GSMA. Mobile Money for the Unbanked State of the Industry, 2014

El futuro de la banca con el dinero móvil



Nicolay Estrella, Sales Support de Cobiscorp, una empresa multinacional de software bancario, nos comenta sobre el papel de la banca en relación al dinero electrónico, y menciona que la aparición de la "billetera móvil" supone una convergencia del móvil, las tarjetas de crédito/débito y la progresiva desaparición del efectivo. Señala que si solo el 50% de las transacciones se ejecutara por pagos electrónicos el modelo actual de oficinas y cajeros electrónicos sería insostenible y desaparecería la necesidad de relacionarse físicamente con un banco. "El teléfono canaliza la banca del día a día y las cuentas bancarias se transformarían en un "commodity". Por ende los servicios de los bancos se ven abocados a transformarse o desaparecer. "Si los bancos no entran en el negocio de distribución quedarán relegados a convertirse en utilitarios en donde su actividad no será más que una pequeña participación dentro del proceso global de la transacción de compra", comenta Estrella.





computador inteligente

Todo en Uno



Disponibles en:
Pentium / CORE i3 / CORE i5







En todos nuestros Equipos

Un computador para cada *estilo de vida*













ARI utiliza 4ta Generación en Procesadores Intel Core i3 / i5 / i7



(02) 323 8031
info@saz.com.ec



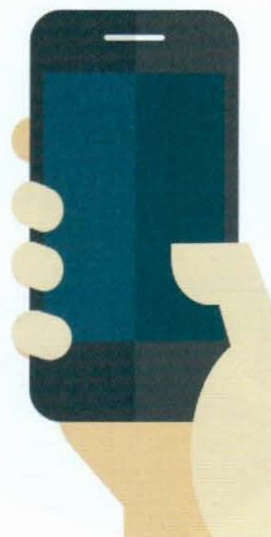
Para Soporte Técnico y Garantías
1800 ari ari



Aumentar la inclusión financiera a través del dinero electrónico



En Ecuador el dinero electrónico, impulsado por el Banco Central del Ecuador, bajo la idea de inclusión financiera, tiene que ver con la necesidad de generar oportunidades que faciliten el acceso a servicios financieros como transferencias, ahorros, pagos y aseguramiento para aquella población no bancarizada. La inclusión financiera, dice el catedrático y economista Jorge Moncayo, es un proceso complejo que tiene que ver con elementos de demanda, oferta y políticas públicas que promocionen un proceso de inclusión para responder las necesidades y expectativas de la población de escasos recursos.



SOLO EL

8%

Plataformas móviles son

exitosas

Según: GSMA, Mobile Money for the Unbanked State of the Industry, 2014

Monetizando al dinero móvil con aplicaciones móviles



Las aplicaciones facilitan que el dinero móvil se monetice y de esta manera realizar transacciones efectivas. Un ejemplo es Ahorra Ecuador, una app para teléfonos inteligentes y tabletas, a través de ella se direcciona a los clientes siempre a promociones que estén acorde a su perfil, patrón de consumo y ubicación en cualquier parte del país. El objetivo es que los clientes mejoren su nivel adquisitivo o ahorro, se propongan una meta sea la compra de un vehículo, pago de estudios, etc. una vez alcanzada la meta, la misma aplicación le da la opción de comprar aquello que creía inalcanzable. Está enfocada al micro-ahorro y generar alianzas con instituciones financieras.







DIRECTORIO DE SOLUCIONES

AOEXUS S.A.

Productos:

Movilidad: Integramos tecnologías que permiten a las empresas acceder, controlar, gestionar y compartir sus aplicaciones desde cualquier lugar y dispositivo.

AKEA TECHNOLOGIES SOLUTIONS

Área de negocio:

Banca móvil, Pagos móviles, Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Terminales NFC para Pagos móviles, Kioskos y terminales de Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Aplicaciones USSD, Switch transaccional multicanal, Soluciones basadas en localización.

Productos:

Terminales NFC para Pagos móviles, Kioskos y terminales de Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Infraestructura para plataformas transaccionales, Servidores y storage especializado para plataformas transaccionales, Aceleradores de enlace.

ANYWAYBAC

Área de negocio:

Banca móvil, Pagos móviles, Fintech, Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Soluciones Corporativas USSD, Botones de Pago .

Producto:

Anyway Aplicaciones Móviles – Mobile Conector, Anyway-Wallet, Anyway Mobile Fintech, Anyway, Mobile Payment, Anyway Reconcilation, Anyway USSD, Anyway Security, Anyway NFC Switch, Anyway Module BE Banco Central Ecuador.

BAYTEQ CIA LTDA.

Área de negocio:

Banca móvil, Pagos móviles, Fintech, Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Comercio electrónico, Fuerza de Ventas, Marketing móvil.

Productos:

Smart m-Banking, Smart m-Commerce, Smart m-Pos, Smart m-Retail, Smart m-Insurance, Smart m-Sale, Smart m-Marketing.

BIOLOGICSOFT

Área de negocio a trabajar:

Soluciones tecnológicas en áreas móviles, Fintech, aplicaciones móviles.

Producto:

Consumo Masivo móviles, Banca-seguros; inventarios físicos, arquitectura y desarrollo para PC 's y Móviles

CARDTECH ECUATORIANA S.A.

Área de negocio a trabajar:

Soluciones de medios de pago/emisión instantánea.

Producto:

Cajeros, pin Pad, POS, plásticos para tarjetas débito/crédito.

COBISCORP ECUADOR S.A.

Área de negocio:

Banca móvil, Pagos móviles, intech, Dinero electrónico, Aplicaciones móviles, Core bancario

Producto:

Cobis ufs (ubiquitous finance solution): los beneficios incluyen una mayor productividad, mejor atención y satisfacción del cliente, disminución del riesgo operativo, ayuda al cumplimiento del marco regulatorio e incrementa los ingresos.
Dentro de Cobis disponen de soluciones relacionadas a:

- Cobis experiencia del cliente
- Cobis banca relacional
- Cobis servicios financieros abiertos
- Cobis productos de propósito general
- Cobis transaction server y Cobis integration services como bus de servicios
- Cobis ic comunicaciones inteligentes

PAGOS MÓVILES Y BANCA

Empresa	Área de negocio	Productos
DÁTIL	Área de negocio a trabajar: Banca móvil, Pagos móviles, Fintech, Dinero Electrónico	
FISA GROUP	Banca móvil, Pagos móviles, Fintech , Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles (Sector Financiero), Plataforma Multicanal	
GMS	Prevención de fraude y seguridad de la información, Banca móvil, Pagos móviles, Aplicaciones móviles.	Kaspersky fraud prevention y SDK.
INSWICTH SOLUTIONS ECUADOR	Banca móvil, Pagos móviles, Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles, Aplicaciones USSD, Switch transaccional multicanal, Soluciones basadas en localización.	Aplicaciones USSD, Switchs transaccional multicanal, Soluciones basadas en localización, Software as Service.
KRUGER CORPORATION	Pagos móviles, Aplicaciones móviles.	Conectapp
MOBILE BUSINESS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	Banca móvil, Pagos móviles, Dinero Electrónico, Aplicaciones móviles.	Envíos masivos de SMS, SMS transaccionales, Sistemas de cobranzas y pagos online (web), mercadeo móvil y online, aplicaciones online.
PAYPHONE	Pagos móviles. Este sistema permite realizar pagos desmaterializando no sólo tarjetas plásticas, sino también los sistemas POS, permitiendo así conveniencia sin límites para los consumidores.	PayPhone Mobile.- Dirigido a los usuarios para poder pagar con PayPhone de la manera más segura y simple. PayPhone Stores.- Dirigido a los establecimientos para poder cobrar con PayPhone de la manera más segura y simple. E - PayPhone.- Botón de pagos de PayPhone para que cualquier establecimiento Online pueda cobrar sin necesidad de ingresar información de tarjeta de crédito.

Alternativas
de financiación para emprendimientos

Las buenas ideas sobran, sin embargo, su sostenibilidad y sustentabilidad una vez que se vuelven realidad y toman forma de un producto, servicio o de un negocio, son difíciles de alcanzar.

Al inicio, los únicos recursos disponibles, de un emprendimiento son el talento humano y los ahorros personales. Estos ahorros corresponden generalmente a un ingreso producto de un empleo fijo remunerado y otras fuentes corresponden a inversores cercanos que suelen ser amigos o familiares.

Sin embargo, los recursos producto de las inversiones primarias se diluyen poco a poco y con el tiempo, de manera que los nuevos emprendedores deben buscar otras fuentes de financiamiento.

Además del sistema financiero tradicional, que exige innumerables requisitos y una "sólida reputación" para ser sujetos de crédito, aparecen nuevos mecanismos de financiación.

Estas nuevas opciones surgen de la oferta y demanda. En un ecosistema en que los emprendedores requieren capital y los potenciales inversores destinan recursos y lo hacen a través de plataformas digitales despertando sistemas de inversión alternativos.

Una de ellas, es el crowdfunding o micromecenazgo que a través de plataformas organizadas reúne a microinversores que pueden o no obtener acciones o participación de la empresa o producto en el que invierten.

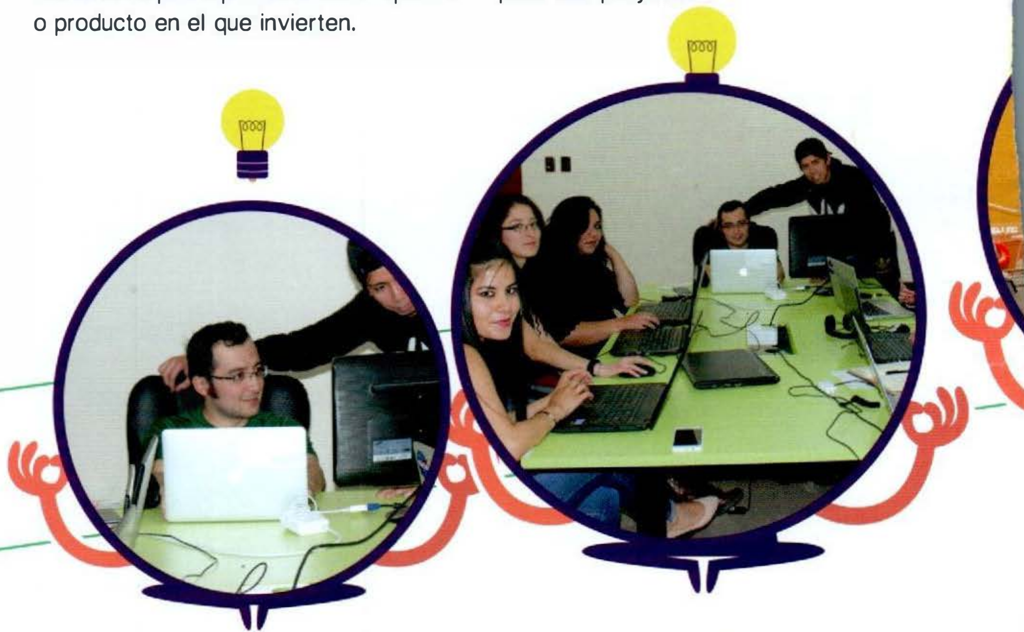
Dentro de esta propuesta también está la denominada crowdlending, una modalidad de inversión mediante la cual el inversionista o prestamista recibe un instrumento de débito que le asegura un retorno de la inversión realizada.

Pero además,

el emprendedor puede financiarse a través del pago adelantado de sus clientes por un servicio prestado o la venta de un producto. Estos mecanismos conocidos como plataformas de préstamo P2P surgen debido a las exigencias y necesidades del mercado y sobre todo a la demanda de emprendedores que busca financiamiento para sus proyectos.

Siguiendo su propio curso

A continuación las experiencias de dos emprendimientos que han evolucionado siguiendo sus propios modelos: AdomicilioYa.com a través de la venta de su plataforma a una cadena internacional; y 3DLab un emprendimiento posicionado gracias a alianzas de peso con el MIT.



De DeliYami a adomicilioYa.com

Son de Tulcán pero su emprendimiento lo iniciaron en Quito. Edwin y David son primos y tenían la idea de crear una web de pedidos de comida, la idea fue una realidad al integrarse Luis Villarroel quien es ingeniero de sistema. Diseñaron la plataforma y nació en el 2012 DeliYami. La plataforma sobre HTML no tenía facilidades para el usuario, luego se dieron cuenta que además, de las mejoras de la plataforma debía ser pensada en el usuario. Consideraron cambios y se incorporó, entre otras cosas, un mapa para que la búsqueda de direcciones sea más fácil y rápida. Al no tener la experiencia necesaria en este campo, aprendieron en el camino. Sabían lo que querían y a quién querían llegar pero era complejo que las personas confíen en una plataforma de "delivery" en la red, siendo la primera en ciertas ciudades del país.

Además, tenían un presupuesto limitado para invertir en el crecimiento de esta iniciativa. Su estrategia publicitaria se definió inicialmente a usuarios de google y utilizaban Facebook únicamente para dar a conocer su nombre, no utilizaron ningún otro tipo de recurso de publicidad o marketing. Poco a poco la plataforma se dio a conocer y recibieron una propuesta de compra por parte del holding Delivery Hero, a través de su marca Click Delivery. Edwin, David y Luis entusiasmados de ser parte de una cadena internacional negociaron la venta de su proyecto. Y con ello, lo que empezó como un emprendimiento local tomó matices internacionales, la plataforma cambió de nombre y ahora es conocida como adomicilioYa.com. Actualmente cuenta con 150 opciones de restaurantes en Quito, Guayaquil, Cuenca y Tulcán; y a través de su aplicación móvil y su página web se realiza pedidos en línea. Ahora, Edgar y Diego laboran en adomicilioYa.com y colaboran generando ideas y propuestas dentro de esta nueva dinámica del negowcio. En esta aventura, han aprendido que es indispensable contar con una buena asesoría para negociar y no temer a la competitividad del mercado. Edgar Borja, que es jefe de operaciones en adomicilioYa.com, señala que el diálogo y la negociación es la clave para ir al siguiente nivel de un emprendimiento.

Un proyecto que se convirtió en un negocio

Una de las primeras impresoras 3D en Ecuador fue creada por 3DLab. Esta empresa nació de la iniciativa de dos jóvenes estudiantes de arquitectura.

Ellos tenían similares inquietudes y luego de varias investigaciones decidieron crear 3DLab. Diego Guayasamín comentó que un proyecto tecnológico como 3DLab implica una inversión alta pues para armar una impresora de estas características se requiere de partes electrónicas que son costosas. Recurrieron a un proveedor local pero los productos necesarios eran altos, así que vieron como alternativa importar material necesario para fabricar las impresoras.

Sin ser ingenieros aprendieron desarmando máquinas y analizando su funcionamiento, y sumaron a sus conocimientos la robótica, y electrónica lo que les ha permitido abrir un área de negocio para dictar talleres pero también para propiciar que las comunidades generen más conocimiento y emprendimiento.



Hicieron una alianza con el Massachusetts Institute of Technology, MIT. Ahora, 3DLab pertenece al grupo de talleres de fabricación digital denominado FabLab. En Ecuador como miembros de FabLab, son los que manejan y coordinan todo lo que está haciendo el país en esa área.

3DLab ha crecido y cuentan con un taller más amplio y alrededor de 10 impresoras 3D, 2 máquinas de corte láser. David Hidalgo, co-fundador de esta propuesta de emprendimiento indicó que la parte más difícil es empezar un proyecto como negocio, ya que las limitaciones económicas sí repercuten en su desarrollo. Aun así, han conseguido grandes logros y aumentado sus servicios. En la empresa cuentan con 11 personas que trabajan en distintas áreas para atender varias necesidades de sus clientes.

Uno de sus grandes logros es que dictarán una conferencia en la sede del MIT en Boston como representantes de Ecuador y participarán en la convención mundial de fabricación digital, en donde darán una conferencia de lo que se ha realizado en el mercado ecuatoriano.





César Moreano, Gerente de Tecnología de Liberty Seguros Ecuador.

"Para ir a una nube privada se necesita una buena planificación que considere un análisis de todos los recursos que dispone la empresa: bases de datos, aplicaciones, servidores, tipos de tecnología que gestiona y administra", César Moreano

LIBERTY SEGUROS
cambia de infraestructura de TI

Liberty Seguros en Ecuador es el resultado de la fusión de dos compañías ecuatorianas: Seguros Cervantes y Panamericana de Seguros. Ambas compañías contaban con una infraestructura tecnológica diferente tanto en tamaño como en herramientas y procesos.

Hace dos años, empezaron a fusionar la infraestructura tecnológica y consolidar, en primera instancia, los data center e incorporar servidores de dominio, comunicación, y sistemas

El data center de Seguros Cervantes estaba compuesto por dos racks mientras que los de Panamericana eran 6. Trabajaron en los enlaces de comunicación y se conectaron con todas las oficinas de lo que hoy es Liberty Seguros Ecuador.

El departamento de tecnología de Liberty Seguros Ecuador también trabajó en la unificación de servidores de dominio nuevos. Durante estos procesos se consideró la implementación de nuevas tecnologías de comunicación en función de las políticas y buenas prácticas de la oficina matriz, y adoptaron servidores de comunicación Exchange y adicionalmente, mensajería con Lync.

Al momento, Liberty Seguros Ecuador cuenta con infraestructura tecnológica que comunica, desde la matriz ubicada en Quito, a 250 personas con sus 5 oficinas localizadas en distintos puntos geográficos del país Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato, Santo Domingo de los Tsáchilas.

Pero más allá de la unificación tecnológica, por efectos de la fusión, Liberty Seguros Ecuador proyectó su acción hacia un reto mayor. Respaldados en la experiencia y la tecnología de la casa matriz en Boston, empezaron un proyecto para trasladar todos los servidores a cloud. Este proceso les tomó un año, y en la actualidad, cuentan con una nube privada.

César Moreano, gerente de Tecnología de Liberty Seguros Ecuador, recuerda que ir a una nube privada fue posible gracias al uso de la tecnología a gran escala que permitió, compartir los recursos de la oficina matriz en Estados Unidos, y también beneficiarse de las buenas prácticas y estándares de seguridad que fueron replicados en Ecuador

La nube privada se construyó al mismo tiempo en que se realizaba la implementación tecnológica que exigía la fusión. Fue una tarea fuerte y exigente, comenta Moreano. "Mientras por un lado se unificaba la infraestructura tecnológica, también se analizaban los servidores que podian llevarse a Estados Unidos, sin que afecte las tareas del proceso de transición"

Durante un año, el departamento de TI trabajó en las fases de diseño, preparación de servidores, validación de infraestructura y pruebas de la nube privada. Para Moreano éste es la primera fase pues prevén, en un futuro cercano, compartir servicios y aplicaciones.

Para la gestión del negocio

Tomando las mejores características de los sistemas del negocio de seguros, la funcionalidad, y el tipo de productos diseñados para los clientes de Liberty Seguros Ecuador se definieron los módulos que seguirían en producción. Además, trabajaron en aspectos de estandarización de documentos como pólizas, facturas.

Para llevar a cabo, estos procesos fue necesario que tecnología trabaje de la mano de áreas legales, de procesos internos que permitan tomar en cuenta las consideraciones legales, contables, tributarias para realizar los cambios, indicó el ejecutivo.

En enero implementaron SAS para el análisis de datos y, se la utiliza en el área actuarial de la compañia. Gracias al uso de modelos predictivos se han desarrollado análisis para el manejo adecuado de clientes y el desarrollo de nuevos productos.

Moreano sostuvo que la visión de TI de Liberty es generar planes estratégicos de tres años, en los que se analiza la competencia directamente y en base a ello se elabora el presupuesto/inversión, el mismo que está muy pegado a los objetivos del negocio.

"Los recursos para impulsar al negocio y alcanzar mayores ventas debe venir de una estrategia atada a tecnología, si eso está muy claro a nivel gerencial es muy fácil construir un presupuesto"



HACIA LA NUBE PRIVADA

El proceso de migración a la nube privada tomó un año y participó un equipo de 5 expertos en cada plataforma de la oficina matriz de Liberty en Estados Unidos.

1 Project Manager dedicado al 100%

6 profesionales de TI en Ecuador



Software de Recursos Humanos en América Latina: tendencias sociales y gestiones de talento

Las plataformas de gestión de RRHH están dando un salto de valor, evolucionando desde los tradicionales programas de liquidación de haberes y gestión de nómina hacia sistemas integrales de Talent Management, que abarcan desde el reclutamiento hasta los programas de premios, incluyendo manejo de perfiles, planes de carrera, capacitaciones y herramientas analíticas, como performance management.

Con el desarrollo del cloud y las soluciones SaaS, este 2015 es un año en donde se están reinventando las estrategias de RRHH, gestión del talento, selección, y beneficios, ya que el reto está en poner al empleado en el centro de la organización para involucrarlo y empoderarlo en la transformación de la compañía.

Los departamentos de RRHH han evolucionado, ya no son un mero controlador de nómina o acreditación de sueldos, sino que tienen más funciones como la retención del talento y gestión de la carrera empresarial de cada individuo, apalancado por los nuevos sistemas de recursos humanos.

Ahora, las empresas proveedoras buscan ser vistas como un socio estratégico de negocio, no sólo como un proveedor. Es por esto que no sólo apoyan el negocio, también ayudan a los empleados a adaptarse a los nuevos entornos digitales y alinear las estrategias que se llevan a cabo en todas las áreas, proyectos y unidades.

Cambios de paradigma

Las Soluciones SaaS tienen una ventaja evidente, ya que están diseñadas para dar soporte a una audiencia más amplia. El servicio de 'pago por uso' permite al cliente gestionar sus procesos de administración personal y llevar a cabo el cálculo de su nómina, dejando que el proveedor se encargue del alojamiento y mantenimiento del servicio. Los ciclos de implementación son cortos, sobre todo en manejo de nómina, con una duración aproximada de 3 semanas. A su vez, las nuevas funciones se incorporan automáticamente, siempre y cuando estén dentro del acuerdo.

Bajo el modelo On Premise, las empresas llevan a cabo un proceso que suele ser lento para actualizar el software y poder aprovechar al máximo las nuevas funcionalidades de cada release. La gestión suele estar asociada a empresas que evitan tomar riesgos con servidores sobrecargados o revelación de datos internos, ya que prefieren tener bajo su resguardo la información sensible.

Por otra parte, a través del Processing, el proveedor asegura la producción, el tratamiento y el control de la nómina, haciéndose cargo de las declaraciones mensuales, trimestrales y anuales. Esto permite al cliente focalizarse en la administración de personal mientras se hacen cargo de la producción y entrega de los procesos masivos, asegurando la coherencia de los mismos con los datos aportados por el cliente.

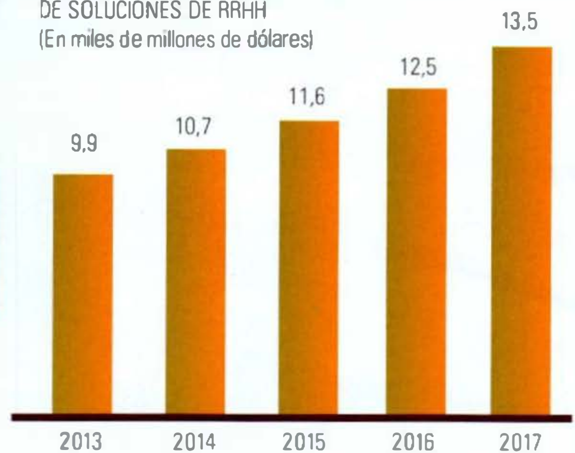
Por último, el BPO es el modo de externalización más completo. El proveedor es el encargado de todas las tareas relacionadas con el proceso de nómina: la integración de los datos, los tratamientos de control, los cálculos y los resultados de la nómina.

El cliente dispone de acceso a la aplicación de gestión para obtener el máximo control e independencia sobre sus datos, estadísticas e informes.

PRINCIPALES DESAFÍOS DE LA GESTIÓN DE TALENTO.

- Falta de habilidades para puestos clave.
- Escasez de talento en todos los niveles.
- Muy pocos líderes con alto potencial en la organización.
- Compromiso del implicado inferior al óptimo.
- Talento superior que se ha perdido al irse a otras organizaciones.





Soluciones de valor: Talent Management

Las nuevas plataformas de gestión de RRHH están automatizando todo el procesamiento 'transaccional' de administración de los procesos básicos de recursos humanos (tales como administración de personal, nóminas, gestión del tiempo, etc.) para aportar valor real al día a día. Las nuevas plataformas de Talent Management se centran en la prestación de asistencia estratégica en la realización de los objetivos de la empresa, a largo plazo, con respecto al talento humano. Las mismas están diseñadas para mejorar los procesos para reclutar, desarrollar y retener a las personas con las habilidades requeridas y la aptitud para satisfacer las necesidades actuales y futuras de la organización.

Como el trabajo sigue evolucionando, la gama de habilidades que los empleados necesitan hoy, no necesariamente fueron proporcionadas por los sistemas educativos tradicionales.

Según la encuesta de la Unidad de análisis de la publicación británica The Economist, EIU y de la Fundación SHRM, Sociedad para la Gestión de Recursos Humanos, los ejecutivos indican que actualmente hay una gran desconexión entre las habilidades fomentadas por la educación y aquellas que realmente son necesarias para el mejor desarrollo de la fuerza laboral, representando un obstáculo considerable en los próximos años.

Si bien muchas organizaciones todavía luchan contra procedimientos manuales, silos de datos y otras tecnologías desconectadas, el futuro de la gestión de RRHH se materializa en soluciones diseñadas desde cero para proporcionar funcionalidades centradas en el negocio, desde una plataforma unificada de gestión del talento.

Las soluciones de Talent Management son necesarias a causa de la disminución de la gestión de talento. Según la encuesta llevada a cabo por Manpower Group, un 36% de los más de 37.000 empleadores encuestados en todo el mundo están experimentando dificultad para cubrir puestos de trabajo, debido a la falta de talento disponible. Además, los empleadores que indicaron que la escasez de talento está afectando su capacidad para dar servicio a los clientes de un grado medio a alto, se ha incrementado de 36% en 2012 a 54% actualmente. A su vez, más de una de cada cuatro organizaciones dijeron que planean afinar su estrategia de gestión de talento.

Esto sugiere que los gerentes y los profesionales de recursos humanos han transmitido que el talento es la fuente principal del rendimiento empresarial acelerado. En América Latina, el 22% de los encuestados informó que se centrarán en asesoramiento ejecutivo.

Mara Swan, vicepresidenta Ejecutiva de Talento y Estrategia Global, de ManpowerGroup, explica: 'Históricamente, medir el impacto en el negocio de las iniciativas de Gestión de Talento ha sido un desafío complejo para muchas organizaciones. Actualmente, llevarlo a cabo es más importante que nunca para los profesionales de Recursos Humanos, y los altos directivos lo esperan de ellos. A medida que los recursos siguen siendo limitados, las inversiones deben estar alineadas para acelerar el tiempo de respuesta y los profesionales deben demostrar que las inversiones en desarrollo de talento serán dinero bien empleado, así como utilizar métricas convincentes para demostrar el retorno sobre la inversión'.

La consultora destaca tres medidas clave para identificar las tecnologías para el recluta miento adecuadas para satisfacer las necesidades. En primer lugar planear la tecnología usada en el reclutamiento, evaluando el estado actual y el deseado. Se debe empezar identificando los objetivos de negocio de la empresa y evaluando el talento necesario para alcanzarlos. Deben preguntarse ¿Qué necesita desde un punto de vista de reclutamiento de talento? y ¿Dónde están las diferencias y lo que hay que cambiar? Con estas respuestas puede evaluar nuevas tecnologías contra una pregunta importante: ¿La tecnología ayuda a encontrar candidatos adecuados para cumplir con sus objetivos de reclutamiento de talento?

En segundo lugar, comprometerse con la tecnología para el reclutamiento, adoptando el cambio y pensando diferente. Las empresas más innovadoras no tienen miedo de fallar. Creen que el ensayo y error son parte de un plan efectivo. La voluntad de intentar cosas nuevas también dice algo importante acerca de la cultura de la empresa.

Y por último, evaluar la tecnología para este reclutamiento, midiendo, perfeccionando y repitiendo el proceso. Se debe dar seguimiento y evaluar los datos de principio a fin.

Los esfuerzos de recolección de métricas y datos están en aumento y las empresas recopilan y analizan cada pieza disponible de datos de reclutamiento por su impacto en los objetivos estratégicos. El análisis de los datos puede fomentar ideas y alinear la estrategia general de reclutamiento junto a otros objetivos de negocio. Los mejores reclutadores utilizan el análisis de datos para dirigirse al talento a nivel micro y adaptarlo para las necesidades actuales y esperadas de capital humano. Tienen la capacidad de desplegar ideas Big Data.

F@cturación Electrónica

CONOCE Y APRENDE

las ventajas y oportunidades de como ingresar al mundo de la factura electrónica

PRINCIPALES TEMAS

- Objetivos y beneficios de la facturación electrónica
- Quiénes están involucrados en la facturación electrónica
- El proceso de facturación electrónica adecuado para su actividad económica
- Posibles contingentes a presentarse en la facturación electrónica y como solventarlos
- Casos de éxito
- La facturación electrónica y pagos móviles

Un evento de

Innovacom
integrando comunicaciones

QUITO
Miércoles
14 de octubre

GUAYAQUIL
Miércoles
21 de octubre

CUENCA
Miércoles
28 de octubre

PARA MAYOR INFORMACIÓN: info@innovacom.com / 2247910 / 0998385557 / 0998135098



Un pequeño fabricado para la ciudad

El Renault Twizy es un pequeño vehículo eléctrico pensado para la ciudad. Sus dimensiones son muy compactas, con una longitud de 2,3m, un ancho de 1,2m y una altura de 1,4m. A pesar de ello, cuenta con dos lugares, colocadas en línea.
En cuanto a versiones, en el Twizy encontramos cuatro posibilidades. En primer lugar, el modelo más accesible, el Twizy Urban 45 cuenta con un motor eléctrico de 4kw, equivalente a 5cv y alcanza un máximo de 45km/h.
Otras versiones, son el Twizy Urban, Twizy Color y Twizy Technic. Todos ellos cuentan con un motor eléctrico de 13 kW, o lo que es lo mismo, 17cv, lo que les permite alcanzar una velocidad de 85km/h. Pesa apenas 450kg, lo que lo hace muy cómodo para la conducción por ciudad.

Realidad virtual móvil al 100%

Es un kit de avanzada de desarrollo de la realidad virtual móvil; permite a los desarrolladores crear experiencias de realidad virtual verdaderamente móviles. Es fácil de colocar en el auricular del teléfono, incorpora mejoras como un mayor campo de visión y menor peso que resulta de fácil uso, además, un puerto USB para conectarlo y no depender de la batería del celular.
Gear VR es muy sencillo de usar desde su panel táctil lateral. Como tiene un ligero relieve, es muy fácil utilizarlo mientras disfrutas de tus gafas.
Su diseño es ergonómico y su correa posterior distribuye homogéneamente su peso para que el usuario se sienta cómodo y se olvide de que lo lleva puesto.





Cuantifique y monitoree sus actividades diarias

Ahora que está de moda la interconexión de cosas y personas y la terminología de wereables es una realidad, los fabricantes de dispositivos trabajan en el mejoramiento de capacidades y diseño de sus líneas de producto para los consumidores. Así, Huawei presentó una pulsera cuantificadora que monitorizará la actividad del día a día. Este dispositivo será la pareja perfecta del celular y puede utilizarse para hablar cómodamente sin necesidad de sacar el smartphone del bolsillo.
Otro detalle menos relevante, aunque puede ser interesante, es la posibilidad de buscar tu teléfono directamente desde tu muñeca.
El fabricante asegura que el Talk Band 2 será capaz de distinguir si estamos caminando, corriendo o montando en bicicleta, entre otras actividades.



Innovación en Pagos Móviles

Una de las áreas de mayor innovación a nivel mundial es la forma en que el dinero se transfiere entre personas, o de personas a un comercio. Bayteq es parte de esta innovación a través de la construcción de MobilePOS, solución que permite a comercios y personas, utilizando un teléfono celular, recibir pagos vía tarjetas de crédito, débito, NFC, Apple Pay, Google Wallet, códigos QR.

MobilePOS está disponible en México, España, Ecuador y próximamente en otros países del mundo.

Design Thinking es el proceso utilizado por Bayteq para la concepción de soluciones disruptivas que generan ventaja competitiva sostenible.



MobilePOS

Visítanos en:

www.bayteq.com

Contáctanos: Av. 12 de Octubre N24-584 y Gral. Francisco Salazar
Telf.: (593 2) 250 5002 · e-mail: info@bayteq.com
Quito - Ecuador

